Аналіз відгуків і коментарів

Болі батьків, мотиви покупки й мова для реклами

Для Адріана Буковинського · 14 листопада 2026 року

Найчастіше у відгуках My Family Games описують момент, коли дитина бере участь у розмові сама. У чотирьох із п’яти текстів дитина розглядає, описує або вибирає картку. Для першого креативу Listen. Think. Tell варто показати саме цю дію. [1]

Причину покупки бренд ще має з’ясувати. Жоден із п’яти відгуків не називає подію, після якої сім’я вирішила купити, або конкретний сумнів перед оплатою. У категорії знайдено прямі приклади купівлі для домашніх занять, розуміння соціальних ситуацій і подарунка. [1, 4–6]

Матеріал	Що перевірено	Як використано
My Family Games, США [1]	5 унікальних текстів. Два про Listen. Think. Tell, два про Let’s Talk?, один без назви гри. Повторні копії на сторінці враховано один раз.	Опис після використання. Сайт не показує дату, незалежне підтвердження оплати або оригінал відгуку.
Основи сім’ї, Україна [2]	Головна, розділ відгуків, сторінка навчання, каталог і публічні матеріали каналу про ігри.	Відгуки на сайті стосуються курсу. Каталог і дописи описують ігри. Публічних відгуків покупців українських ігор у перевірених матеріалах не знайдено.
Google Диск [3]	Бриф, дослідження ЦА, Job Stories, сегментація й аналіз конкурентів.	Попередні матеріали допомогли знайти джерела. Перекази вже відомих відгуків не рахували як нові. Сирих інтерв’ю, анкет або даних замовлень у папках проєкту не знайдено.
Покупці аналогів і батьківські коментарі [4–11]	Для зіставлення вибрано епізоди з конкретною дією, причиною чи оцінкою. Серед джерел є відгуки Walmart із позначкою Verified Purchase.	Сигнали категорії. Окремо враховано самозвіти у спільнотах, де бренд, країна чи факт купівлі можуть бути невідомі.

Навігація · Болі й мотиви 2 · Заперечення 3 · Результати використання 4 · Цитати та рекламні фрази 5 · Джерела 6

Повторювані болі та мотиви покупки

Що родини вже намагаються вирішити

Потреба	Що описали люди	Що перевірити для бренду
Поговорити про почуття або вчинок	Двоє авторів eeBoo купили картки для конкретної задачі, а в M1–M2 ілюстрації вже стали приводом для обговорення ситуацій. [1, 4]	Які саме ситуації змушують дорослого шукати допомогу. Чи достатньо однієї ілюстрації, щоб дитина сама почала говорити.
Почути історію про день	У r/daddit батько описує короткі відповіді на загальне питання. Інший дорослий у тій самій гілці перейшов до запитань про перерву й друзів та отримав докладнішу відповідь. [8]	Чи готова родина платити за готові запитання, якщо вже вміє придумувати власні.
Втягнути дітей у розмову за столом	В одній дискусії батьки дістають картки, коли розмова стихає. В іншій дитина радше хоче грати, а один із коментаторів описує розмову по черзі з картками. [9, 10]	Чи допомагають вибір картки, черга або інший простий хід залучити дитину під час звичної вечері.
Знайти спільний час без екрана	У фокус-групі Pew один дорослий пояснив, що вмикав телевізор, коли був перевантажений. Це конкретний приклад ролі екрана в побуті. [11]	Шукати моменти, коли дорослий уже має час сісти поруч. Перевірити, чи відсутність екрана впливає на вибір гри.

Які причини покупки люди назвали прямо

Домашні заняття. Один покупець eeBoo взяв картки як частину домашнього навчання для 4-річної дитини. Старша дитина долучилася з власної ініціативи. [4]

Обговорити ситуації, з якими дитина мало стикалася. Інший покупець eeBoo пояснив, що можливостей для спілкування у 5-річної дитини було менше. Хотів побачити, як вона розуміє почуття й соціальні ситуації. [4]

Подарунок. На Walmart є відгук із позначкою Verified Purchase, автор якого прямо вказав, що купив картки на подарунок. У відгуку Connect Cards родина після власного використання почала купувати набори на подарунки. [5, 6]

Відгуки My Family Games показують дії під час гри й результати зі слів авторів. Ці дії підказують можливу мотивацію, а для зв’язку з рішенням про купівлю потрібен опис подій до оплати. [1]

Заперечення перед покупкою

У відгуках My Family Games немає описаних сумнівів перед оплатою. У категорії є один прямо описаний початковий скепсис і кілька оцінок після використання. Вони підказують, які заперечення перевіряти в розмові з покупцями. [1, 6, 7, 9]

Що турбує	Де й коли це з'явилось	Що показати або перевірити
Чи не закинемо за тиждень	В опублікованому відгуку Every Day Connect автор спочатку сумнівався, бо попередні спроби швидко припинялися. Момент відносно оплати не зазначено. [7]	Показати простий момент, до якого можна повернутися. В інтерв'ю запитати, що люди вже пробували й чому припинили.
Чи варте це ціни	Покупець Talking Point на Walmart оцінив інструмент як корисний і водночас назвав його дорогим. Це оцінка у відгуку після покупки. [6]	Дати розглянути приклад картки. Запитати, з яким безкоштовним або платним рішенням порівнювали витрату.
Чи підходять запитання дітям	Автор у r/Parenting відбирав придатні для дітей запитання з набору для дорослих, потім знайшов сімейну колоду. Після гри зазначив, що окремі запитання залучали слабше. [9]	Показати приклади за віком і перший хід із дитиною. Для дошкільнят продемонструвати, як почати з картинки.
Коли доставлять і як повернути	На головній My Family Games вказано 2–5 робочих днів та повне повернення. Сторінка доставки вказує 5–7 робочих днів, а умови продажу обмежують повернення. Реакції покупців на це не зафіксовано. [1, 12]	Перед тестом офера звірити строк і правила. Під час розмови з'ясувати, чи перевіряли їх перед оплатою та що саме залишилось незрозумілим.

Як отримати відповідь про момент вибору

Після оплати. "What happened that made you look for a game, and what almost stopped you from ordering?" Спочатку дати людині відповісти своїми словами. Уточнити, які альтернативи вона справді розглядала.

Після відмови. "What made you leave without ordering today?" За можливості запитати, який варіант людина обрала зрештою. Зіставити її відповідь із продуктом, який вона переглядала.

Що найбільше сподобалось у результаті

У відгуках про обидві названі ігри цінністю стала активна роль дитини. Для Listen. Think. Tell це розгляд і опис знайомої сцени. У Let’s Talk? дитина сама обирає картку, пояснює вибір, а в одному випадку ставить власні запитання. [1]

Відгук [1]	Що сподобалось зі слів автора	Що реально можна показати
M1 · Emily Parker · Listen. Think. Tell	Дитина зацікавилася ілюстрацією. Мама й донька обговорювали, що вона бачить. Згадані кілька ігор.	Дитина розглядає сцену, дорослий слухає її опис.
M2 · sabella Davis · Listen. Think. Tell	Дитина описувала картку. Родина обговорювала, як поводитися у схожих життєвих ситуаціях.	Після опису картинки дорослий ставить запитання про наступну дію.
M3 · Sophia Ramirez · Let’s Talk?	Дитина вибирала картки, пояснювала вибір і ставила свої запитання. Авторка згадує кілька тижнів використання.	Дитина сама обирає картку й робить перший крок у розмові.
M4 · Olivia Johnson · Let’s Talk?	Дитина вибирала картки й описувала картинки. Дорослі використовували розмову, щоб обговорити висновки.	Дитина й дорослий висловлюють свої погляди на одну ситуацію.
M5 · Mia Thompson · гру не вказано	За словами авторки, гра стала частиною щоденної рутини й допомогла порушувати теми, які раніше оминали.	Сценарій короткої розмови, що може вписатися у звичний сімейний вечір.

Повтор і межі висновку

3 із 5 текстів прямо згадують кілька ігор, кілька тижнів або щоденну звичку. Це повідомлена регулярність у публічних відгуках. Вона не дає частки сімей, які повертаються до гри. Скретч-поле та зменшення екранного часу жоден із п’яти текстів прямо не пов’язує з результатом. [1]

Автори також описують зміни в поведінці, мовленні чи соціальних навичках. Ці оцінки залишаємо в аналізі як їхні враження. У першій рекламі показуємо дії, які можна побачити в кадрі й перевірити на пробі. [1]

Мова аудиторії для реклами

У таблиці зліва — короткі дослівні фрагменти. Справа — авторські варіанти рекламного тексту англійською для тесту у США.

Джерело	Дослівний фрагмент	Як сказати в рекламі
M1 · Listen. Think. Tell [1]	“sees in each illustration”	“What do you see? Start a conversation with one picture.”
M2 · Listen. Think. Tell [1]	“how to handle different situations”	“Pick a picture. Ask what they’d do next.”
M3 · Let’s Talk? [1]	“picking cards and explaining his choice”	“Let them pick the card. See where the conversation goes.”
M5 · гру не названо [1]	“part of our daily routine”	“One question at dinner. A turn for everyone.”
r/daddit · запитання дорослого [8]	“what games did you play at recess”	“School was ‘fine’? Ask about one moment from their day.”
Every Day Connect · відгук про аналог [7]	“We've tried stuff before and it doesn't last.”	“Start with one card at dinner.” Показати один завершений хід, який легко спробувати.
Walmart · покупець Talking Point [6]	“awfully expensive for what it is”	“See a sample card before you buy.” Поставити приклад картки поряд із ціною.

Перший ролик для Listen Think Tell

Покажіть реальну ілюстрацію. Дорослий питає “What’s happening in this picture?” і дає дитині відповісти. Друге запитання — “What would you do next?” Завершення пропонує переглянути приклад картки. Так потенційний покупець бачить, з чого починається розмова.

Для публікації дослівного відгуку бренду звірити оригінал, назву гри та згоду автора. Формулювання про аналоги й дописи батьків використовувати як орієнтир для власних рекламних фраз.